

Тест «Банковские услуги и отношения людей с банками».

1. Механизмы рефинансирования банков со стороны НБ — это:

- a. предоставление стабилизационного кредита;
- b. операции рефинансирования путем проведения тендеров по поддержанию ликвидности;
- c. операции на открытом рынке с государственными ценными бумагами;
- d. все ответы правильные.

2. Банковские ресурсы банка — это:

- a. привлеченные и заимствованные средства;
- b. собственные, заимствованные и привлеченные средства собственные, заимствованные и привлеченные средства;
- c. собственный капитал и заимствованные средства.
- d. собственный капитал;

3. Привлеченные средства банка — это:

- a. денежные средства кредиторов и инвесторов, мобилизованные банками на определенных условиях на межбанковском и фондовом рынках;
- b. фонды денежных средств, которые формируются банками при осуществлении ими банковских операций.
- c. совокупность денежных средств, находящихся в распоряжении банков и используемых ими для осуществления активных и других операций;
- d. обязательства банка перед вкладчиками, которые предоставили свои свободные денежные средства для хранения на определенных условиях;

4. Срочные вклады в банковских учреждениях:

- a. служат для накопления денежных сбережений;
- b. удобные для банковского прогнозирования.
- c. используются для осуществления текущих расчетов;
- d. могут быть сняты со счета после предварительного уведомления;

5. В банковскую систему входят

- a. страховые компании, банки, инвестиционные фирмы
- b. коммерческие банки
- c. Центральный эмиссионный банк и сеть коммерческих банков
- d. Госбанк и государственные специализированные банки

Ответы: 1.(d), 2.(b), 3.(d), 4.(a), 5.(c).

Кейсы «Банковские услуги и отношения людей с банками».

1. Программа лояльности

Мы открываем кошелек и что видим? Большое количество скидочных и банковских карт, многие уже не носят их все с собой. Поэтому обычной программой лояльности никого не удивить. Пользователи часто даже отказываются от вступления в нее.

ВОПРОС: Как банку с помощью программы лояльности заманить клиента?

Ответ

Оживить бонусную программу вновь поможет геймификация. Испанский банк BBVA запустил онлайн-сервис BBVA Game. Клиент получает баллы за выполнение определенных действий, например, за проведение онлайн-платежей. Баллы можно обменивать на призы, оплачивать музыкальные и видеоролики на сайте-партнере BBVA. Кроме баллов, пользователь получает медали («бейджи»), которые отображаются на странице его профиля.

Но важно помнить, что бизнесу не стоит запускать просто игру ради самой игры. Цель геймификации – сделать интереснее взаимодействие с компаний, покупку ее услуг и использование функционала. Только в таком случае игра поможет добиться бизнес-целей и повысить лояльность.

2. Повышение финансовой грамотности

Многие банковские и платежные сервисы заботятся не только о том, чтобы клиенты знали их продукт, но и повышают их финансовую грамотность.

Вопрос: Как повысить финансовую грамотность среди простого населения, не проводя при это лекций и семинаров?

Ответ:

Поощрять пользователей за правильные и эффективные действия, связанные с финансами в их личных кабинетах на сайте банка.

Баллы, например, засчитываются тогда, когда пользователь вносит средства на пенсионный счет или депозит, погашает задолженность по ипотечным кредитам, кредитным картам и другого рода займам.

Баллы можно обменять на шанс выиграть призы или кэшбек.